

Hablando sobre algo que no existe

En el año 2017, la doctora María Ángeles Martín, como responsable de la Unidad de Cultura Científica del centro de investigación en el que trabajo¹, me animó a preparar una charla divulgativa. Se trataba de una solicitud que le había hecho el doctor Enrique de la Rosa, investigador del Centro de Investigaciones Biológicas (CIB-CSIC) quien, tras llevar años organizando conferencias divulgativas en lugares tan inesperados como una chocolatería, ahora las hacía en una agencia de viajes. Esa charla fue tomando forma y acabó con el título, sugerido por Enrique, de “Superalimentos: ¿ciencia o publicidad?”. Lo cierto es que el tema de los superalimentos no era estrictamente mi línea de investigación, pero sí enlazaba con algunos de los compuestos con los que yo trabajaba y, sobre todo, con la visión que tenía de ciertas corrientes de moda en el mundo de los alimentos y la nutrición, que la mayoría de las veces carecían de rigor científico. La charla resultó muy exitosa y posteriormente la fui realizando en otros foros, como el proyecto Ciudad Ciencia, del CSIC y la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT); poco a poco iba recopilando más información sobre un tema que está

1. Instituto de Ciencia y Tecnología de Alimentos y Nutrición, perteneciente al Consejo Superior de Investigaciones Científicas, ICTAN-CSIC.

en pleno apogeo. En un momento determinado, me di cuenta de que había tanto que contar que era imposible seguir alarmando más y más mis charlas, y entonces surgió la idea de escribir este libro, cuyo origen debo, por tanto, a dos grandes investigadores y divulgadores.

Desde el momento en que empecé a preparar la primera versión de la charla, me topé con un problema. Aunque una forma bastante sensata de abordar un concepto es encontrar las definiciones vigentes del mismo, en el caso de los superalimentos nos encontramos con que en el *Diccionario de la lengua española* de la RAE no se incluye el término. Pero si vamos más allá, en búsqueda de una definición legal, esta tampoco existe, y si recurrimos a algún congreso o encuentro científico donde los investigadores hayan podido acordar qué son los superalimentos, nuestra indagación será igualmente infructuosa. Así que me hallaba en el punto de empezar a escribir un libro sobre algo que no existe. Sin embargo, al buscar en los diccionarios anglosajones, pude encontrar una definición de superalimento. El diccionario inglés de Oxford indica que los superalimentos son “un alimento rico en nutrientes considerado como especialmente beneficioso para la salud y el bienestar”, mientras que el diccionario estadounidense Merrain-Webster los define como “un alimento con alta densidad de nutrientes, repleto de vitaminas, minerales, fibra y/o fitonutrientes”. A pesar de estas definiciones, y como ya he indicado, no existe ninguna descripción legal ni científica sobre el término. De hecho, el uso de la palabra en el Reino Unido con fines comerciales no está permitido. Incluso la Advertising Standards Authority, el organismo en Reino Unido que regula la publicidad, hizo que se retirara de la carta de un restaurante una ensalada de superalimentos, así como un anuncio de televisión donde la chía y el lino se promocionaban como tales.

Independientemente de lo anterior, es posible que al pensar en ejemplos de superalimentos nos vengan a la cabeza la maca, el jengibre, la cúrcuma, la espelta, la guanábana, el camu-camu, el amaranto, etc. Y si se escribe en un buscador

de Internet superalimentos o *superfoods*, en inglés, nos aparecerán millones de páginas (literalmente) hablando sobre sus bondades, videos de *influencers*, empresas que venden sus productos bajo ese marchamo, etc. En general, y a pesar de esa falta de definiciones oficiales, se podría decir que los superalimentos son alimentos con un origen generalmente exótico que no formaban parte de nuestra alimentación habitual hasta hace unos pocos años, pero que se han promocionado en los últimos tiempos debido a sus efectos en la salud, aparentemente muy poderosos e incluso, podríamos decir, milagrosos. También en ocasiones se usa el término de superalimento para hablar de algunos alimentos de consumo común en nuestra cultura y sin orígenes exóticos, pero este uso es mucho menos frecuente, y lo abordaremos al final del libro.

Por otro lado, a pesar de esta falta de consenso en el concepto, existen también estudios sobre qué buscan los consumidores en los superalimentos, ya que la demanda de algunos de estos productos ha aumentado de manera exponencial en los últimos años. Así, un informe del Ministerio de Asuntos Exteriores de los Países Bajos señaló en 2015 que los consumidores buscan los superalimentos por cuatro razones: composiciones químicas, orígenes remotos, referencia a culturas exóticas y aspectos relacionados con el fomento del comercio justo. Por tanto, vemos que cuando hablamos de superalimentos estamos abordando algo que a la vez existe y no existe. Al mismo tiempo, muchas de las afirmaciones que se realizan sobre los efectos en la salud de los superalimentos tienen una base científica cuando menos dudosa.

Este libro no pretende proporcionar un listado pormenorizado de superalimentos ni de sus propiedades en la salud por dos razones. En primer lugar, porque sería una lista casi infinita y en constante ampliación. Pero, sobre todo, porque semejante trabajo enciclopédico proporcionaría al lector una foto fija del momento, pero no le daría una visión general sobre los superalimentos. No obstante, sí hablaremos de bastantes casos concretos, seleccionados siempre porque ilustran aspectos comunes a los superalimentos. Sobre todo, lo que se

pretende es ofrecer una guía práctica, de manera que el consumidor pueda tener una idea general de cómo enfrentarse a un nuevo superalimento, de la evidencia científica que hay tras las informaciones que recibe y, finalmente, realizar elecciones bien informadas.